

## **BAB IV**

### **KONSEP PENCIPTAAN**

#### **A. Studi Pendahuluan**

Sebelum melakukan penciptaan karya dibutuhkan studi pendahuluan terlebih dahulu, dalam upaya mengetahui kebutuhan konsumen/pasar terhadap produk yang akan dibuat. Selain itu, tahapan ini dilakukan sebagai tahap pertimbangan bagi perupa untuk menghasilkan karya yang berguna, tepat sasaran, dan memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk sebelumnya, serta mampu mempunyai daya bersaing dengan produk lainnya.

##### **A.1 Studi Tren Produk Sejenis**

Dalam dunia fotografi khususnya kategori jurnalistik, masyarakat umum sudah sangat familiar dengan *photobook*. *Photobook* merupakan media visual cetak yang paling sering dimanfaatkan sebagai sarana kreativitas bagi fotografer dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat umum. Sebagai media yang paling banyak digemari, buku foto tampil dalam berbagai jenis, bentuk, kemasan, konten, hingga harga yang ditawarkan. Pada pemaparan kali ini, akan diulas mengenai produk sejenis yang berupa produk *photobook*, khususnya tentang pembahasan buku fotografi dengan pendekatan foto jurnalistik.

Pemilihan buku fotografi jurnalistik sebagai studi tren produk sejenis karena buku ini memiliki konten/isi materi yang hampir sama seperti produk perupa. Selain itu, berdasarkan hasil observasi produk sejenis, diketahui bahwa produk *photobook* jurnalistik yang membahas mengenai Rumah Lanting masih belum ditemui, baik dalam negeri maupun dari luar negeri karena kebanyakan *photobook* yang beredar hanya membahas materi secara umum.


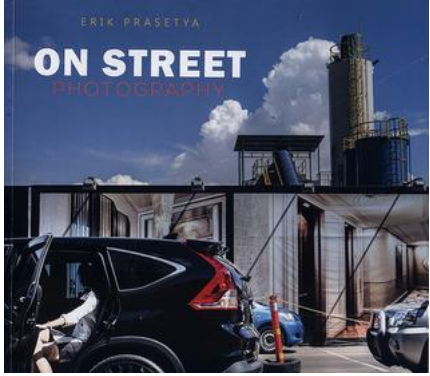
Pembahasan materi secara umum tersebut biasanya mencakup data dan informasi sudah banyak diketahui atau hanya berfokus pada permasalahan teknis fotografis seperti *Jejak Mata Pyongyang* oleh Seno Gumira Ajidarma, *On Street Photography* oleh Erik Prasetya sehingga perupa belum sepenuhnya menemukan model produk yang tepat dan sejenis dengan yang diproduksi perupa. Dalam penelitian ini, tahapan studi mengenai tren produk sejenis dimulai dengan melakukan pengamatan dan mengunjungi beberapa toko buku, seperti Gramedia Matraman, Gramedia Kelapa Gading, dan Gunung Agung di Senen.

Ada beberapa jenis *photobook* yang perupa gunakan sebagai studi tren produk sejenis, yaitu buku fotografi jurnalistik dan buku fotografi ensklopedia. Setelah mengkaji beberapa produk buku foto yang ada, maka perupa menemukan beberapa produk yang hampir memiliki kemiripan dengan karya perupa, yaitu:

#### **a. Tipe Buku Fotografi Jurnalistik**

Toko buku Gramedia Matraman merupakan toko buku besar di Jakarta yang memuat beberapa buku fotografi dari berbagai kategori. Di

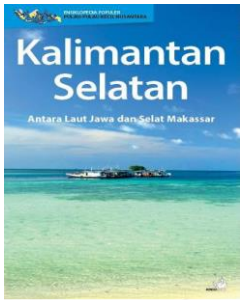
toko buku ini, perupa menemukan berbagai buku fotografi jurnalistik, antara lain:

No	Buku	Keterangan
1	 <p data-bbox="432 920 783 987">Gambar 4.1 Jejak Mata Pyongyang, Sumber, Gramedia 2016</p>	<p data-bbox="863 551 1278 584">Judul: Jejak Mata Pyongyang</p> <p data-bbox="863 607 1254 640">Penulis: Seno Gumira Ajidarma</p> <p data-bbox="863 674 1366 741">Penerbit: Muffin Graphics, PT Mizan Pustaka</p> <p data-bbox="863 797 1102 831">Harga: Rp 89.000</p> <p data-bbox="863 864 1342 999">Pada <i>photobook</i> karangan Seno Gumira Ajidarma ini hampir memiliki kesamaan isi dengan produk perupa, yaitu materi foto yang berkaitan dengan :</p> <ul data-bbox="911 1021 1166 1234" style="list-style-type: none"> <li>- Foto Jurnalistik</li> <li>- Foto Dokumenter</li> <li>- Foto Arsitektur</li> <li>- Foto sebuah Kota</li> </ul>
2	 <p data-bbox="432 1738 783 1805">Gambar 4.2 <i>On Street Photograph</i>, Sumber, Gramedia 2016</p>	<p data-bbox="863 1274 1270 1308">Judul: On Street Photography</p> <p data-bbox="863 1330 1142 1364">Penulis: Erik Prasetya</p> <p data-bbox="863 1397 1270 1431">Penerbit: Kompas Gramedia Grup</p> <p data-bbox="863 1464 1118 1498">Harga: Rp 135.000</p> <p data-bbox="863 1554 1358 1688">Pada <i>photobook</i> karangan Erik Prasetya ini hampir memiliki kesamaan isi dengan produk perupa, yaitu materi foto yang berkaitan dengan :</p> <ul data-bbox="911 1711 1166 1928" style="list-style-type: none"> <li>- Foto Jurnalistik</li> <li>- Foto Potret</li> <li>- Foto Arsitektur</li> <li>- Foto sebuah Kota</li> </ul>

Berdasarkan observasi buku fotografi jurnalistik yang perupa temukan di pasaran didominasi penggunaan *soft cover* pada bagian *cover* buku dengan menggunakan berbagai jenis kertas dan ketebalannya.. Buku-buku foto tersebut merupakan buku yang mempunyai ketebalan halaman mencapai ratusan lembar, berukuran A5 (14,8 cm x 21,0 cm) dan A4 (21 cm x 29,7 cm) yang menggunakan *softcover*, *layout* pada isi buku kebanyakan menggunakan *grid two coloumn grid* dan *three coloumn grid* dengan penggunaan paragraf rata kiri kanan (*justify*). Dalam konteks foto, pada *photobook* jenis ini foto yang digunakan cukup memadai, namun masih didominasi oleh teks. Harga buku fotografi jurnalistik di pasaran berkisar seharga Rp 89.000,- sampai dengan Rp 145.000,-

#### b. Tipe Buku Fotografi Ensklopedia

Di toko buku Gunung Agung Senen perupa menemukan buku fotografi Ensiklopedia tentang kota Kalimantan Selatan, yaitu sebagai berikut:

No	Buku	Keterangan
1	 <p>Gambar 4.3 Kalimantan Selatan (Antara Laut Jawa dan Selat Makasar), Sumber Gramedia 2016</p>	<p>Judul: Ensiklopedia Pulau- pulau Kecil Nusantara: Kalimantan Selatan (Antara Laut Jawa dan Selat Makassar)</p> <p>Penulis: Tim Kementerian Kelautan Dan Perikanan</p> <p>Penerbit: Penerbit Buku Kompas Harga</p> <p>Harga: Rp 76.500</p> <p>Pada Ensiklopedia karangan Tim Kementerian</p>

		<p>Kelautan Dan Perikanan ini hampir memiliki kesamaan isi dengan produk serupa, yaitu materi foto yang berkaitan dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kalimantan Selatan</li> <li>- Foto Lanskap</li> <li>- Foto Arsitektur</li> </ul>
--	--	---

Buku ensiklopedia *Pulau-pulau Kecil Nusantara: Kalimantan Selatan (Antara Laut Jawa dan Selat Makassar)* merupakan buku panduan mengenai lanskap sungai dan laut pulau Kalimantan. Selain itu, buku ensiklopedia terbitan Tim Kementerian Kelautan dan Perikanan ini juga membahas mengenai pulau-pulau kecil yang terserak mulai dari sungai yang berbatasan daratan perairan lepas di Kalimantan Selatan.

Buku *ensiklopedia* ini merupakan buku yang berukuran persegi panjang (15cm x 23cm) yang menggunakan *soft cover* sebagai *cover* buku, *layout* pada buku ini menggunakan *simple grid* dengan penggunaan teks rata kanan kiri (*justify*). Penggunaan foto pada buku ini sudah cukup baik, namun beberapa foto masih kurang pada bagian komposisinya. Konten pada buku ensiklopedia ini hampir didominasi dengan teks dan penjelasan.

## **A.2 Profil Pasar dan Segmen Konsumen**

Profil pasar dan segmen konsumen merupakan kegiatan untuk menentukan target pemasaran produk agar proses pemasaran dapat berjalan dengan efektif. Pada studi profil pasar dan segmen konsumen dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu demografi, geografi, psikografi, dan *behavioristic*.

### **a. Demografis**

Demografis dalam profil pasar dan segmen konsumen adalah kegiatan menentukan target pasar dan sasaran konsumen berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan kewarganegaraan. Dalam profil pasar dengan variabel demografis ini terdapat profil pasar primer, yaitu fotografer jurnalistik dan profil pasar sekunder, yaitu kalangan mahasiswa dan siswa SMA kelas XI-XII.

#### 1. Usia

Profil pasar primer untuk *photobook* ini adalah Fotografer Jurnalistik dengan usia +/- 20–55 tahun. Profil pasar sekunder untuk karya *photobook* ini ditujukan pada segmentasi kalangan mahasiswa dengan kisaran usia +/-19–24 tahun yang umumnya membutuhkan referensi mengenai lingkungan dan kebudayaan khususnya mengenai Rumah Lanting. Selain itu, perupa juga mengharapkan penciptaan karya seni rupa ini bisa dimanfaatkan untuk siswa/i SMA kelas XI dan XII dengan kisaran usia +/- 16–18 tahun, sebagai pedoman dalam mengenal dan memahami konten fotografi jurnalistik dengan tema utama budaya.

#### 2. Jenis Kelamin

Media *photobook* dengan menyoal tema Rumah Lanting Mantuil dan Masyarakat Sekitarnya ini ditargetkan untuk semua jenis kelamin baik laki-laki ataupun perempuan.

#### 3. Pekerjaan

Media *photobook* dengan tema Rumah Lanting Mantuil dan Sekitarnya ditargetkan untuk praktisi fotografer jurnalistik untuk memperluas wawasan serta pengetahuan dalam mengangkat *subject matter*. Selain itu, *photobook* ini diharapkan menjadi pemicu dalam mengeksplorasi media dalam berkarya.

#### 4. Kelas Sosial

Media *photobook* dengan tema Rumah Lanting Mantuil dan Masyarakat Sekitarnya ditargetkan untuk kalangan menengah ke atas dikarenakan biaya produksinya yang cukup mahal. Selain itu, *photobook* ini juga ditargetkan kepada wisatawan, baik lokal maupun internasional yang ingin mengenal warisan kebudayaan di Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

#### **b. Geografis**

Media *photobook* dengan mengangkat tema Rumah Lanting Mantuil dan Masyarakat Sekitarnya ditargetkan untuk kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Banjarmasin, dan Medan.

#### **c. Psikografis**

Variabel psikografis membahas target pasar berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, dan ciri pribadi konsumen.

##### 1. Gaya Hidup

Gaya hidup profil pasar adalah mereka yang memedulikan isu mengenai lingkungan dan kebudayaan dan berkeinginan untuk memperluas wawasan mengenai budaya asli Indonesia.

## 2. Pribadi Konsumen

Pribadi profil pasar diperuntukan kepada orang yang memiliki sifat terbuka, suka bercerita, dan mudah bergaul, agar media *photobook* ini dapat digunakan secara optimal hingga siswa dapat berinteraksi dengan baik.

### **d. Behavioristic**

*Behavioristic* dalam profil pasar dan segmen konsumen adalah perilaku konsumen dalam penggunaan produk secara baik. Dalam segmentasi *behavioristic* dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pengetahuan dan penggunaan.

#### 1. Pengetahuan

Dalam segmentasi pengetahuan pada media *photobook* dengan tema Rumah Lanting Mantuil dan Masyarakat Sekitarnya memungkinkan digunakan kalangan mahasiswa dan siswa SMA sebagai referensi tentang lingkungan dan budaya yang berkaitan dengan Rumah Lanting. Selain itu, bagi praktisi fotografi jurnalistik dapat bermanfaat sebagai bahan riset mengenal Rumah Lanting.

#### 2. Penggunaan



Dalam segmentasi pengetahuan pada media *photobook* dengan tema Rumah Lanting Mantuil dan Masyarakat Sekitarnya,



fotografer jurnalistik dapat menggunakannya sebagai pedoman dalam pengambilan gambar atau foto.

### A.3 Kekuatan dan Kelemahan Produk Pesaing

Pada tahap ini, perupa belum menemukan produk pesaing yang sesuai dengan produk milik perupa karena adanya perbedaan pada materi dan tema yang diangkat. Namun, ada beberapa produk buku yang dapat digunakan sebagai referensi produk perupa, antara lain:

No	Buku	Kelebihan	Kelemahan
1	 <p>Judul: Jejak Mata Pyongyang</p> <p>Penulis: Seno Gumira Ajidarma</p> <p>Penerbit: Muffin Graphics, PT Mizan Pustaka</p> <p>Harga: Rp 89.000</p>	<p>Materi foto cukup lengkap, setiap foto dilengkapi dengan <i>caption</i> lokasi dan tanggal pengambilannya</p> <p>Kemasan yang minimalis dan mudah dibawa</p>	<p>Penggunaan kertas pada buku masih seperti buku ensklopedia.</p> <p><i>Photobook</i> ini masih didominasi oleh teks dan penjelasan.</p>
2	 <p>Judul: Ensiklopedia Pulau-pulau Kecil</p>	<p>Pembahasan materi yang cukup lengkap.</p> <p>Kemasan yang minimalis dan mudah dibawa.</p>	<p>Buku ini masih didominasi oleh teks dan penjelasan.</p> <p>Beberapa foto masih kurang pada bagian komposisinya.</p>

	<p>Nusantara: Kalimantan Selatan (Antara Laut Jawa dan Selat Makassar)</p> <p>Penulis : Tim Kementerian Kelautan dan Perikanan</p> <p>Penerbit: Penerbit Buku Kompas</p> <p>Harga: Rp 85.000</p>		
--	--	--	--

#### A.4 Alternatif Rancangan Awal

Pada saat proses penciptaan karya dibutuhkan beberapa strategi yang menghasilkan beberapa alternatif rancangan awal. Beberapa alternatif rancangan awal tersebut dibuat agar karya sesuai dengan tema serta isi materi yang perupa angkat. Berdasarkan observasi, pembaca *photobook* lebih menyukai desain yang minimalis dan tidak terlalu didominasi oleh teks. Berdasarkan hal tersebut, maka buku ini dirancang dengan beberapa strategi sebagai berikut:

1. Foto yang ditampilkan merupakan visualisasi dari “Rumah Lanting Muara Mantuil dan Masyarakat Sekitarnya”, mulai dari masyarakat/penghuni yang menempati Rumah Lanting, keseharian sehari-hari (*daily life*) warga Muara Mantuil, Potret masyarakat sekitar, serta isu lingkungan yang beredar di Muara Mantuil. Hal ini bertujuan agar masyarakat umum mengerti dan mengetahui tentang Rumah Lanting secara utuh.

2. Materi/konten isi disampaikan secara garis besar (*to the point*) dan dikategorikan dengan memasukkan hal-hal terpenting mengenai Rumah Lanting dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, kategori yang dipilih berlandaskan pada tujuh unsur budaya milik Koentjaraningrat yang kemudian disesuaikan dengan keadaan di Muara Mantuil. Dimaksudkan agar halaman tidak terlalu tebal dan agar pembaca bisa dengan mudah memahami isi materi buku.
3. *Layout* pada setiap halaman dibuat sederhana, dengan sistem yang sama pada setiap *cover* bab dan halaman isi, agar memudahkan dan tidak membuat bosan ketika membaca, yaitu dengan menggunakan sistem *two columngrid*.
4. Berdasarkan observasi perupa pada usia remaja cenderung menyukai warna-warna *soft*/pastel. Buku dibuat dengan mengaplikasikan perpaduan macam warna primer dan sekunder seperti, hitam, jingga, kuning, dan krem yang diberikan sentuhan *opacity* pada tiap warna tersebut.
  - **Warna Hitam:** Warna hitam memiliki makna kokoh dan elegan. Berdasarkan observasi perupa dari beberapa pembaca *photobook* cenderung menyukai warna gelap pada *cover*. Selain itu, penggunaan warna memberikan kesan netral (tidak berpihak) dan terlihat elegan.
  - **Warna Jingga:** Berdasarkan teori warna dari Molly. E Holzchlah warna jingga memiliki makna semangat dan kehangatan. Hal tersebut terkait dengan semangat setiap

penghuni Rumah Lanting di kawasan Muara Mantuil untuk bertahan di rumah warisan budaya Banjarmasin, serta kehangatan setiap masyarakatnya.

- **Warna kuning:** Menurut teori Molly. E. Holzschlah warna kuning memiliki makna optimis atau harapan. Perupa mengaitkan makna tersebut dengan tema yang diangkat yaitu keberadaan Rumah Lanting yang menjadi harapan bagi penghuni dan masyarakat sekitarnya.

5. Penerapan teks yang singkat, mudah dipahami, dan memiliki nilai keterbacaan yang baik. Perupa menggunakan *font Book Antiqua* pada *main text* dan *caption* dengan besar *font* 10pt (*main text*) dan 6pt (*caption*) *Title Page* menggunakan *font Supernova* dengan besar font 60pt.
6. Bentuk buku dibuat berukuran A5 (20cm x 15cm), bentuk ini diambil agar mudah dibawa dan sesuai dengan konsep yang telah dipilih, yaitu sebagai buku saku.
7. Sebagai opsional penggunaan *soft cover* pada *cover* agar buku terlihat minimalis dan tidak mudah untuk dibawa.

## **B. Enam Edisi *Photobook***

Dari hasil pemetaan materi dan pemilihan foto, perupa memasukan dan mengkategorikan beberapa foto menurut enam edisi dari *photobook* serta dilengkapi oleh *caption* dan data teknisnya, yaitu: